

Bartosz Pietrzyk [ORCID: 0000-0003-4909-790X]

mgr, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

ETYCZNY WYMIAR KOMUNIKACJI POMIĘDZY PRZEDSTAWICIELAMI POLITYKI I MEDIÓW. PRZYPADEK SPRAWY MACIEJA KLUCZKI, DZIENNIKARZA RADIA MERKURY (RADIO POZNAŃ)

Streszczenie

Etyka jako skodyfikowany system wartości wchodzi w relacje z polityką i jej przedstawicielami w ramach wydarzeń, platform i informacji. Szczególnie istotna dla pogranicza etyki i polityki jest platforma mediów publicznych. W ramach tej przestrzeni pojawia się problem etyki mediów, rozumianej jako refleksja odnosząca się do kodeksów etycznych i kontrowersyjnych przypadków z płaszczyzny mediów. Artykuł opisuje sprawę dziennikarza Radia Merkury zwolnionego po wywiadzie przeprowadzonym z europosem Ryszardem Czarneckim. Celem badania jest prezentacja oddziaływania świata polityki na media (polityzacja mediów) z uwzględnieniem kontekstu etycznego. Tekst ma za zadanie omówić aspekty etyki mediów i etyki dziennikarskiej w odniesieniu do określonych przekazów medialnych publikowanych w kontekście komunikacji politycznej. W ramach badania wykorzystane zostały metody mieszane (jakościowe i ilościowe), skupiające się wokół analizy dyskursu medialnego.

Słowa kluczowe: etyka mediów, Radio Merkury, etyka dziennikarska, pogranicze, media a polityka

**Ethical dimension of communication between representatives of politics and the media.
The case of Maciej Kluczka a journalist of Radio Merkury (Radio Poznań)**

Abstract

Ethics as a codified value system enters into relations with politics and its representatives in the context of events, platforms, and information. Particularly important for the borderline of ethics and politics is the platform of public media. Within this space there is a problem of media ethics, understood as reflection on ethical codes and controversial media cases. This article describes the case of Radio Mercury journalist released from his post after an interview with European Member of Parliament Ryszard Czarnecki. The purpose of this study is to present the dynamics of communication processes between media and politicians in the context of ethics. This text is intended to discuss aspects of media ethics and journalistic ethics in the context of specific media reports. The study uses mixed methods (qualitative and quantitative) that focus on media discourse analysis.

Key words: Media ethics, Merkury radio, journalists ethics, borderline, media and politics

Wprowadzenie

Relacje i zależności występujące na płaszczyźnie polityki i mediów są przedmiotem wielu badań, co pokazuje istotność związku pomiędzy nimi¹. Wieloaspektowość funkcjonowania i oddziaływania prasy, radia, telewizji i Internetu w znaczący sposób wpływa na kształt struktur społecznych i politycznych poprzez procesy komunikacji i przekazywania informacji². Poszczególne media rozumiane są jako systemy i nośniki treści, w ramach których szczególnie istotny jest aspekt komunikowania politycznego. Nie są to jednak zawsze relacje pozwalające na utrzymanie spójności systemu, czego przykładem mogą być wydarzenia związane z wywiadem przeprowadzonym z europosem Ryszardem Czarneckim na antenie Radia Merkury.

Media funkcjonują w ramach sprecyzowanych doktryn, określających ich zakres oddziaływania, misję czy też zadania społeczne. Zazwyczaj formuły te opisują charakter kontroli państwa nad mediami i granice wolności mediów. Można wyróżnić cztery główne doktryny: autorytarną, liberalną, marksistowską i odpowiedzialności społecznej³. W zakresie badanego przypadku media poruszają się w obszarze doktryny liberalnej, która skupia się na aspektach wolności mediów. Podejmując się definicji terminu „wolność” w tym ujęciu, należy skupić się na niezależności od kontroli rządu i pobocznych sił politycznych oraz ich przedstawicieli⁵. Przyjmując takie podejście zakłada się brak cenzury,

¹ D. Piontek, *Media i demokracja: ujęcie normatywne*, [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. M. Adamik-Szysiak, Lublin 2014, s. 15.

² K. Doktorowicz, *Medioznawstwo jako przedmiot badań w zakresie nauk i polityce*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślowska, Katowice 2012, s. 54.

³ F. Siebert, T. Peterson, W. Schramm, *Four Theories of the Press*, Urbana 1956.

⁴ Przedmiotem analizy są komunikaty udostępnione za pomocą radia (Radio Merkury) i Internetu (www.press.pl, wirtualnemedial.pl) w Polsce. System medialny w tym przypadku jest definiowany jako liberalny.

⁵ K. Doktorowicz, *op. cit.*, s. 57.

nieskrępowaną swobodę wypowiedzi i pluralizm mediów. Jednak na pograniczu ich działania z polityką nie zawsze zachowany jest kształt omawianej doktryny. Relacje media–polityka są rozumiane jako przestrzeń komunikacji pomiędzy tymi dwoma pomiotami. Punktem wyjścia dla artykułu jest przekonanie, że współczesna komunikacja polityczna może w znaczący sposób wpływać na media, zmuszając je do łamania etyki dziennikarskiej w różnych aspektach (wolność słowa, dokładność przekazu, zmiana treści publikowanych materiałów).

W ramach opracowania analizie poddane zostały artykuły opublikowane przez portal Press.pl⁶ 1 i 2 lutego 2017 roku. Tematem publikacji było zawieszenie dziennikarza Radia Merkury, Macieja Kluczki, w związku z przeprowadzonym na antenie wywiadem z Ryszardem Czarneckim. Rozmowa z udziałem europosła stała się przykładem prezentującym problem braku swobody wypowiedzi w kontekście mediów publicznych. W wyniku odsunięcia Kluczki od tematów politycznych i zawieszenia go w obowiązkach pracownika radia, doszło do sporu między dziennikarzem a prezesem Radia Merkury, Filipem Rdeśnińskim. Sprawa została szerzej zaprezentowana w artykule z 2 lutego 2017 roku. Materiał ten stanowi główny trzon przeprowadzonego badania. W ramach analizy uwzględnione zostały także inne komunikaty udostępnione za pomocą platformy Press.pl oraz informacje opublikowane przez portale wirtualnemedial.pl czy wpolityce.pl. W celu prezentacji ogólnego kontekstu pod uwagę wzięto również serwisy społecznościowe (Facebook i Twitter).

Podstawową metodą wykorzystaną w trakcie badania była analiza dyskursu, wpisująca się w zbiór badań jakościowych. Jej struktura, formuła i schemat zostały oparte o rozwiązania zaproponowane przez Teuna van Dijka⁷ i Annę Duszak⁸. Analiza dyskursu jest tutaj rozumiana jako próba rekontekstualizacji wydarzeń związanych z określoną sytuacją społeczną. W ramach tego procesu określone są znaczenia i wartości formułowane za pomocą zbioru kodów w kontekście sprecyzowanej sytuacji społecznej. Podstawowymi elementami tak rozumianej analizy są opisy: treści poszczególnych komunikatów i ich formy oraz szeroko rozumianego kontekstu, w który wpisany jest nadawca i odbiorca, cel i rezultaty wypowiedzi. Uzupełniającym narzędziem stała się analiza treści publikacji stanowiącej trzon badania.

⁶ Pismo powstało w 1996 roku i zajmuje się tematyką mediów oraz środowiska dziennikarskiego. Zgodnie z informacją zaprezentowaną przez twórców, na łamach „Press” publikują najlepsi polscy dziennikarze, którzy również udzielają wywiadów. Czasopismo jest skierowane zarówno do dziennikarzy, jak i ludzi mediów, a także do osób zainteresowanych tematyką medioznawczą. Jest to docelowa grupa odbiorcza o przybliżonym przedziale wiekowym 25–49 lat (zgodnie z podziałem zaproponowanym przez Izbę Wydawców Prasy). „Press” wraz ze swymi mediami (w tym Press.pl) stoi na straży „dobrego” dziennikarstwa i rzetelnych mediów poprzez formułę publikowanych tekstów i wiadomości, a także w ramach plebiscytów, takich jak: Grand Press i Grand Press Photo.

⁷ T. van Dijk, *Dyskurs jako struktura i proces*, tłum. G. Grochowski, Warszawa 2001, s. 22–30.

⁸ *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. A. Duszak, N. Fairclough, Kraków 2008.

Celem omawianej analizy było zaprezentowanie zależności między mediami publicznymi (w tym przypadku radia) a polityką. W ramach tego pogranicza uwzględniono procesy zachodzące na linii nadawcy medialni – przedstawiciele mediów – aktorzy polityczni. Pod uwagę wzięto także zagadnienia odnoszące się do etyki mediów i etycznych aspektów komunikacji politycznej. Dokładna analiza pogranicza mediów i polityki jest istotnym zadaniem medioznawstwa. Omówienie poszczególnych przykładów współzależności pomaga w określeniu stopnia niezależności mediów oraz kondycji komunikacji publicznej i politycznej na styku interesów określonych elit symbolicznych. Wzajemne oddziaływanie mediów na politykę i polityki na media jest bardzo silne. Może wpływać na zakres wolności wypowiedzi w mediach i naruszać zasady zawarte w liberalnej doktrynie ich funkcjonowania. Artykuł będzie próbował odpowiedzieć na następujące pytania: czym różni się etyka ogólna od etyki dziennikarskiej? W jakiej relacji pozostaje etyka mediów i etyka elit politycznych? Czy w omawianym przypadku doszło do naruszenia etyki dziennikarskiej w ramach pogranicza media–polityka? W jaki sposób skonstruowane zostały przekazy opublikowane przez Press.pl i na co zwracają szczególną uwagę? Jak można rozumieć radio jako medium pogranicza?

Radio jako medium pogranicza

System medialny rozumiany jako struktura komunikacji masowej składa się z: mediów, uznawanych za środki przekazu i powielania komunikatów, instytucji produkujących przekazy oraz elementów związanych z rynkiem wydawniczym i przemysłem medialnym⁹. W tym systemie radio jest zarówno środkiem pośredniczącym w dystrybucji komunikatów, jak i instytucją zamykającą się pod postacią określonego nadawcy (przykład Radio Merkury). Radio opiera swoje działanie na transmisji zachowań symbolicznych, zamkniętych w środkach prezentacji i wyrażanych w sposób werbalny oraz w formie sygnałów dźwiękowych¹⁰. To właśnie aspekt tych zachowań ma znaczenie dla nadawcy jako siły wpływającej na dyskurs medialny i komunikację polityczną.

Radio jako medium posługujące się wyłącznie kanałem audialnym ma swoje określone cechy. Ten format komunikacyjny w znaczący sposób poszerzył przekaz oralny i słuchowy w kontekście komunikacji masowej¹¹. Odbiór treści udostępnianych za pomocą radia nie wymaga dużego zaangażowania, jest relatywnie łatwy i komfortowy. Radio w literaturze naukowej zostało określone mianem społecznego rezonatora – jedyne medium mogące budować wspólnotę

⁹ B. Dobek-Ostrowska, *Przemiana systemu medialnego w Polsce po 1989 r.*, [w:] *Współczesne systemy komunikowania*, red. eadem, Wrocław 1998, s. 78.

¹⁰ M. Mrozowski, *Media masowe – władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 17–20.

¹¹ P. Levinson, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, tłum. H. Janowska, Warszawa 1999, s. 132.

opartą na osobistym, intymnym odbiorze treści. Ma być ona kreowana na zasadzie umowy lub porozumienia między autorem tekstu, lektorem a słuchaczem¹². Radio jest opisywane jako medium ulotne, nieutralone na nośniku fizycznym¹³, a w przeciwieństwie do prasy, telewizji cyfrowej czy Internetu, wymaga w większości przypadków odbioru w określonym czasie. Nawet procesy postępującej digitalizacji utrwalającej modele narracyjne i komunikację wyrwaną z określonego czasu i miejsca nie wpływają na radio w tak znaczący sposób jak na inne media¹⁴. Postęp techniczny prowadzi do ewolucji w tkankach i strukturach formatów radiowych oraz wprowadza nowe, otwarte i nieskończone narracje i gatunki artystyczne¹⁵.

Kolejnym elementem istotnym dla radia są przekazy właściwe dla tego kanału, czyli gawęda, audycja, reportaż radiowy i wywiad. W ramach badania szczególnie istotny jest ostatni z wymienionych formatów. Radio jako pogranicze między mediami, polityką a odbiorcami skupia się wokół formatów informacyjnych (wiadomości, wzmianki) i publicystycznych (komentarz, reportaż i wywiad). Uczestniczy w komunikacji politycznej i społecznej. Jest elementem szerszego procesu wymiany informacji między przedstawicielami polityki i mediów a odbiorcami. W ramach komunikatów udostępnianych przez nadawcę radiowego dochodzi do ścierania się celów różnych grup symbolicznych. To właśnie tutaj najbardziej widoczne jest pogranicze mediów i polityki, w którym funkcjonują sprzeczne interesy omawianych grup oraz elementy etyki ogólnej, etyki mediów i komunikacji politycznej.

Etyka ogólna a etyka dziennikarska

Etyka skupia się na działaniu, które jest podstawą do wyprowadzenia refleksji filozoficznej¹⁶. Działanie podlegające ocenie jest wykonywane przez podmiot moralny, a w ramach ewaluacji istotne stają się aspekty związane z celem działania oraz jego motywacją. Są to trzy elementy budujące podstawę dla każdej teorii etycznej. Jedną z najważniejszych wartości odnoszących się do nauk etycznych jest kwestia dobra – kategoria, której nie można rozkładać na mniejsze części i która jest własnością niedefiniowalną. Dobro i jego znaczenie nie wymaga rozbudowanych uzasadnień, ponieważ podmiot moralny przyjmuje je intuicyjnie¹⁷.

¹² M. McLuhan, *Understanding Media: the Extentions of Man*, Berkeley 2003, s. 273–291.

¹³ Nie uwzględnione zostały archiwa radiowe i podcasty udostępniane przez poszczególne stacje radiowe.

¹⁴ W. Siwak, *Audiosfera na przełomie stuleci*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX w.*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 158.

¹⁵ Przykładem formatu artystycznego może być wieloodcinkowe słuchowisko radiowe z cyklu Teatru Polskiego Radia.

¹⁶ P. Czarnecki, *Etyka*, Warszawa 2006, s. 11.

¹⁷ G.E. Moore, *Zasady etyki*, tłum. Cz. Znamierowski, Warszawa 1919, s. 6.

Pogląd ten został znacznie rozbudowany przez Williama Davida Rossa w formule intuicyjności, gdzie zadania i działania etyczne oraz ich ocena mają być oparte na intuicji. Skonstruował on jedną z bardziej istotnych teorii intuicjonistycznych współczesnych czasów, a mianowicie teorię obowiązków *prima facie* (na pierwszy rzut oka)¹⁸. Nie wszystkie zasady moralne są spójne i logiczne w związku z czym nie można budować na ich podstawie nadrzędnych zasad. Każdy problem natury moralnej powinien być rozpatrywany w oparciu o wiedzę, doświadczenie, intuicję, rozpoznanie i zrozumienie podstawowych niedefiniowalnych wartości. Bez ogólnie skonstruowanych zasad podmiot moralny może opierać się jedynie na określonych postawach wobec problemów i rzeczy¹⁹.

Współczesna etyka stała się przedmiotem zainteresowania ogółu społeczeństwa²⁰. Proces rosnącego znaczenia kwestii tego typu jest związany z prędkością zmian, jakie zachodzą w społeczeństwie za sprawą postępu technologicznego i digitalizacji komunikacji społecznej. Pojawiają się nowe problemy związane nie tyle z ogólnym rozumieniem i pojmowaniem etyki, ile z etykami szczegółowymi i zawodowymi. Bardzo istotnymi elementami oceny etycznej czynów stają się intencje i kontekst danej sytuacji. Niezbędne jest badanie wszystkich czynników, mających wpływ na decyzję podjętą przez podmiot moralny.

Do wspomnianych etyk zawodowych zaliczają się także etyki profesjonalne. W tym zbiorze możemy odszukać etykę dziennikarską, która jest budowana w oparciu o rosnącą rolę mediów masowych²¹. Jest to konstrukcja wpisująca się w kontekst etyk stosowanych, określanych także mianem szczegółowych. Dla tego badania najbardziej istotne są pojęcia etyki szczegółowej lub etyki dziedziny. Korzystanie z takiej terminologii pozwala uniknąć pytania stawianego względem etyki stosowanej, a mianowicie: na ile normy i zasady tego systemu są ogólne i powszechne²². Poszczególne etyki szczegółowe operują odmiennymi siatkami pojęciowymi, właściwymi tylko dla nich lub rozumianymi specyficznie w ich obrębie. Sam termin dziennikarskiej etyki stosowanej wymyka się ogólnemu definiowaniu i skupia się na praktycznych problemach zawodowych. Nie prezentuje idealnej sylwetki osoby pracującej w ramach profesji dziennikarskiej. Etyka dziennikarska wpisuje się w etykę mediów, co zostało zaznaczone w definicji przedstawionej w słowniku terminologii medialnej: „Etyka mediów, etyka dziennikarska, deontologia dziennikarska – ogół ocen, norm, zasad i ideałów określających poglądy, zachowania i działania uważane za właściwe, dobre, uzasadnione moralnie w pracy dziennikarzy i funkcjonowaniu mediów”²³.

¹⁸ S. Soldenhoff, *O intuicjonizmie etycznym. Obowiązek i wartości w systemie etycznym W.D. Rossa*, Warszawa 1969.

¹⁹ A. Ayer, *Filozofia XX wieku*, tłum. T. Baszniak, Warszawa 2000, s. 132.

²⁰ P. Czarnecki, *op. cit.*, s. 65.

²¹ J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007, s. 18.

²² F. Ricken, *Etyka ogólna*, tłum. P. Domański, Kęty 2001, s. 12.

²³ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006, s. 53.

Jednym z obszarów istotnych dla etyki dziedziny są kontrowersyjne, niejednoznaczne przypadki, trudne i wyjątkowe sytuacje opisywane w ramach etyki dylematów. Tego typu zdarzenia są dość powszechne w codziennej pracy mediów ze względu na ich charakter i rolę jaką pełnią. Na ich płaszczyźnie zderzają się interesy różnych osób, instytucji oraz grup formalnych i nieformalnych. Na problemach tego typu skupia się portal Press.pl, będący przedmiotem analizy tego badania. Nadawca ten staje się platformą prezentacji danego problemu natury etycznej w świetle opinii medioznawców i dziennikarzy. Powszechnie stosowane są także porównania do podobnych przypadków z innych krajów. Autorzy artykułów podchodzą do poszczególnych sytuacji w indywidualny sposób, zaznaczając ich niepowtarzalność.

Sam termin etyki dziennikarskiej jako profesji jest zagadnieniem budzącym spory wśród medioznawców²⁴. Przyczyną tego problemu jest głównie nieprecyzyjne operowanie terminem (choć jest to pojęcie osadzone w tradycji). W ramach komplementacji pojawiają się określenia etyki dziennikarzy i etyki dziennikarstwa. Powyższe rozważania pokazują, że nie jest negowana potrzeba tego typu etyki szczegółowej, a jedynie jej zakres i charakter. Próbuąc określić, gdzie w profesji dziennikarskiej ma miejsce etyka zawodowa, można spotkać się z dwoma stanowiskami. Pierwsze z nich określa etykę jako formułę zbudowaną na podstawie wartości profesjonalnych, takich jak: umiejętności techniczne i warsztatowe, wiedza i inteligencja. Drugie opisuje etykę dziennikarską jako stały element dziennikarstwa, równoprawny względem umiejętności warsztatowych. Wymogiem osiągnięcia profesjonalizmu dziennikarskiego jest uwzględnienie norm etycznych²⁵.

Etyka mediów

Etyka mediów opiera się na formule mediów, które są w większości instytucjami zaufania publicznego, uczestniczącymi w komunikacji społecznej. Są one współcześnie nierozzerwalnie związane ze społeczeństwem, a w ramach każdego społeczeństwa funkcjonuje jakaś konstrukcja etyczna. Mają wpływ na przekaz informacji, narrację i udostępniany za pomocą określonych kanałów obraz świata. Za pośrednictwem tych procesów nadawcy medialni mogą oddziaływać na jednostki, grupy i społeczeństwa. Argument ten przemawia za koniecznością funkcjonowania i rozwoju etyki mediów. Poszczególne komunikaty mogą mieć różny charakter etyczny – pozytywny lub negatywny. Tak samo można grupować wszystkie inne decyzje i działania medialne odnoszące się do mediosfery²⁶. Etyka mediów zajmuje się wszelką refleksją teoretyczną, odnoszącą się do sfery

²⁴ J. Pleszczyński, *op. cit.*, s. 27.

²⁵ P. Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Poznań 2003, s. 42.

²⁶ M. Drożdż, *Etyczne orientacje w mediosferze*, Tarnów 2006, s. 36.

mediów jako przestrzeni moralności w zakresie wyborów i działań, tak istotnych dla etyki ogólnej. Przedmiotem jej zainteresowania jest funkcjonowanie systemów medialnych wpisanych w struktury społeczne określonych zbiorowości.

Bardzo często jako fundament etyki mediów wykorzystywane są podstawowe wartości demokratyczne²⁷. Media mają służyć jako źródło dokładnej i rzetelnej informacji, będącej istotnym elementem demokracji. Ze względu na swoją siłę oddziaływania i zdolność perswazji nadawcy medialni i dziennikarze powinni kierować się wartościami moralnymi i etycznymi, a także nie powinni być krępowani w wypowiedziach przez państwo czy przedstawiciele elit symbolicznych, takich jak politycy.

W ramach koncepcji etyki mediów pojawia się osoba dziennikarza, który ponosi odpowiedzialność za swoje publikacje i jest zobligowany, wobec własnej redakcji i odbiorców do przestrzegania podstawowych założeń wynikających z etyki mediów, pracy i podstawowych elementów etyki społecznej. Brak odpowiedzialności u przedstawicieli tej profesji najczęściej bierze się z niedopracowanego warsztatu i ograniczonej wrażliwości. Granica oddzielająca te dwa stanowiska jest relatywna i intuicyjna. Samo dziennikarstwo jako profesja zakłada możliwość dociekania, docierania do prawdy i zadawania trudnych pytań²⁸. Tego typu czynności mogą wydawać się niemoralne, ale z założenia mają na względzie większe dobro i prezentację rzetelnej informacji, jeżeli wyrastają z wysokich umiejętności warsztatowych. W ramach tej terminologii należy wprowadzić rozróżnienie między odpowiedzialnością mediów a odpowiedzialnością dziennikarzy. Ten podział jest niezbędny dla ogólnego tematu pracy, ponieważ porusza problem konfliktu interesów pomiędzy dziennikarzem a redakcją, czy też władzą przykładowego medium a przedstawicielem świata polityki. Dany nadawca, taki jak Radio Merkury, odpowiada za ogólnie rozumianą politykę programową²⁹. Natomiast dziennikarz podejmujący pracę w danej stacji, rozgłośni czy gazecie ponosi odpowiedzialność za wybór miejsca i deklarację uczestnictwa, ponieważ staje się przedstawicielem danego medium. W ramach wykonywanego zawodu dziennikarza dopuszcza się pewną elastyczność względem zasad moralnych. Jednak takie interpretowanie aspektów etycznych zawsze powinno być określane sytuacyjnie. Publicysta jest zobowiązany zawsze brać pod uwagę skutki, jakie może wywołać dana publikacja i ważyć pytania zadawane w ramach wywiadów. Co zaś tyczy się stacji nadawczej, powinna ona dobierać i selekcjonować przekazy zgodnie z założeniami programowymi, ale także uwzględniać dobro publiczne i podstawowe zasady etyczne. Poszczególni producenci mediów nie powinni ulegać wpływowi politycznym, religijnym czy ekonomicznym. Sytuacja ta jednak

²⁷ L.A. Day, *Ethics in Media Communication. Cases and Controversies*, Louisiana 2006, s. 27.

²⁸ C.G. Christians, M. Fackler, K.B. Rotzll, *Media Ethics. Cases and Moral Reasoning*, New York 1995, s. 329.

²⁹ J. Pleszczyński, *op. cit.*, s. 185.

jest rzadko spotykana w rzeczywistości społecznej gry między mediami, politykami, społeczeństwem i pobocznymi podmiotami.

Jednak wszystkie aspekty funkcjonowania mediów w przestrzeni publicznej, uwzględniające status mediów jako instytucji zaufania społecznego, prowadzą do rozmywania się odpowiedzialności nadawców. Dlatego też często używa się pojęcia etyki systemu mediów w zastępstwie etyki mediów czy etyki dziennikarskiej. Podejście to zajmuje się opisem zależności i zawłośc społecznych, odnoszących się do mediów funkcjonujących na rynku nadawczym. W tym ujęciu pracodawca, właściciele mediów i osoby związane z danym nadawcą są współodpowiedzialne za efekty pracy dziennikarzy³⁰. Etyka systemu mediów uwzględnia też dążenia organów medialnych do pozyskiwania określonych zysków, co może wpływać negatywnie na etykę dziennikarską. Wartością dodaną w tym ujęciu jest etyka publiczności, odnosząca się do jej wpływu na działalność i sukces danego medium. Dotyczy to zarówno zagadnień związanych z poziomem i profesjonalizmem nadawcy, jak i etycznej strony przekazów. Dla wydawcy takiego jak „Press”, gdzie grono odbiorców składa się głównie z osób związanych z mediami (m.in. dziennikarze, redaktorzy,) i medioznawców, etyka publiczności będzie wpływać pozytywnie na przekaz i poziom miesięcznika. Zakres tematyczny będzie zamykał się wokół spraw związanych z zawodem dziennikarza i jego różnymi aspektami, w tym etycznymi. Niezbędne jest uświadomienie siły sprzężenia zwrotnego między nadawcami – pod postacią mediów – a odbiorcami. Nie mniej istotna jest siła oddziaływania pomiędzy samymi mediami, gdzie poszczególni nadawcy wypowiadają się na swój temat.

Etyczne oblicze elit politycznych

Omawiany temat wymaga pochylenia się nad kwestiami związanymi z pograniczem etyki i polityki. Podstawowym elementem na tej płaszczyźnie jest brak specjalnych norm i reguł, które odnoszą się do polityków, a nie obowiązują innych ludzi – to samo tyczy się zachowań, które mogłyby być usprawiedliwione ze względu na piastowane stanowisko polityczne³¹. Domniemanie istnienia specjalnego systemu etycznego odnoszącego się do elit politycznych wiąże się z doniosłością spraw, którymi się zajmują i ich znaczeniem dla ogółu społeczeństwa³². Względem przedstawicieli polityki zastosowanie znajdują uniwersalne zasady moralne, związane z życiem prywatnym i publicznym. Jedyną różnicą w zakresie pogranicza polityki i etyki jest specyficzne położenie elit

³⁰ M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarskiej i komunikowaniu*, Warszawa 2000, s. 101.

³¹ A. Zoll, *Polityka a normy moralne*, [w:] *Cnoty polityczne – dawniej i obecnie. Moralne źródła polityki*, red. R. Piekarski, Gdańsk 1997, s. 135.

³² E. Modzelewski, *Etyka a polityka*, Warszawa 2006, s. 87.

politycznych, które naświetla decyzje podejmowane przez określone osoby i poddaje je publicznemu osądowi.

Taka konstrukcja prowadzi do pogarszania moralnej kondycji przedstawicieli polityki. Proces ten opisał Jacek Wasilewski, zaznaczając jednocześnie, że jest to system wadliwy, wymagający uzupełnienia i precyzyjnego dookreślenia ogólnych zasad i pojęć z zakresu etyki³³. Podstawowym elementem prowadzącym do postępującego pogorszenia kondycji elit politycznych jest czynnik subiektywnego życia politycznego, odnoszący się do jednostki politycznej (przedstawicieli sił politycznych, polityk, poseł). W omawianym przypadku zaprezentowanym przez Mariusza Kowalczyka za pomocą portalu Press.pl, poruszony został problem kondycji moralnej Ryszarda Czarneckiego i jego bezpośredniego wpływu na Radio Merkury. Subiektywne podejście tego polityka względem mediów doprowadziło do sytuacji, gdzie naruszone zostały podstawowe normy etyczne zarówno ze strony samego Czarneckiego, jak i prezesa radia Filipa Rdesińskiego.

Większość problemów z zakresu subiektywnego czynnika życia politycznego wiąże się ze słabościami charakteru poszczególnych przedstawicieli polityki, takimi jak: nadmierna ambicja, przedkładanie własnych interesów ponad dobro ogólne, czy żądza władzy. Z kolei podstawowymi wymogami piastowania pozycji publicznych są przecież wiedza i znajomość zasad moralnych³⁴. Jednak twierdzenie to nie zawsze znajduje odzwierciedlenie w rzeczywistości. Brak odpowiednich kompetencji wybranych osób prowadzi do publicznej prezentacji polityki jako sfery dwuznaczności moralnej.

Polityka jednak ma być sferą mądrości i prawdy, a nie przede wszystkim przestrzenią interesów. Powinna być strefą zgody budowanej na porozumieniach i dyskusji, zwłaszcza w państwach demokratycznych i działających w oparciu o zasady pluralizmu i tolerancji³⁵. Jednak nie zawsze tak jest, co zaprezentuje poniższy przykład.

Pogranicze media–polityka na przykładzie sprawy Macieja Kliczki, dziennikarza Radia Merkury

W ramach analizowanego artykułu wyszczególnione zostały słowa kluczowe oraz tematy i informacje cząstkowe, budujące określoną narrację i prezentujące relację między mediami a polityką w odniesieniu do wybranego przykładu. Kolejnym elementem była właściwa analiza treści odnosząca się do wybranego materiału jako ilustracji relacji media–polityka. Następnie poruszone zostały

³³ J. Wasilewski, *Moralność elit politycznych*, [w:] *Kondycja moralna społeczeństwa polskiego*, red. J. Mariański, Kraków 2002, s. 187.

³⁴ Z. Sareło, *Cnoty moralne warunkiem praworządności*, [w:] *Etyka a prawo i praworządność: materiały IX Jagiellońskiego Sympozjum Etycznego*, Kraków, 2–3 czerwca 1997, red. J. Pawlica, Kraków 1998, s. 93.

³⁵ E. Modzelewski, *op. cit.*, s. 90.

aspekty związane z nadawcą i wnioskowanymi celami wypowiedzi. W ten sposób została podjęta próba opisu możliwych efektów tych komunikatów.

Słowa klucze właściwe dla analizowanego materiału to: burza, odsunięty/zawieszony, pretensje, oświadczenie, niezależność, standardy etyczne i dziennikarz. Wnioskując po prezentowanym zbiorze można uznać, że artykuł skupia się na aspektach związanych z dziennikarstwem i etyką mediów. Istotne stają się wartości związane z niezależnością i standardami etycznymi. W celu głębszej analizy wyodrębnione zostały dane cząstkowe budujące właściwy komunikat. Zaprezentowany podział obrazuje ocenianie (subiektywność wypowiedzi) przez nadawcę relacji między mediami a polityką.

Cząstkowe tematy/informacje wyszczególnione w ramach analizy omawianych przekazów to: intensywny przekaz informacji odnoszących się do sytuacji w Radiu Merkury (Poznań); opis problemu, czyli odsunięcie od tematów politycznych Macieja Kluczki po wywiadzie przeprowadzonym z europosem Ryszardem Czarneckim; recepcja medialna tematu i odpowiedź prezesa Radia Merkury; rozmowy Filipa Rdesińskiego, prezesa radia, z Maciejem Kluczka na temat wspólnego oświadczenia w sprawie zawieszenia dziennikarza oraz decyzja podjęta przez Kluczkę o odejściu z rozgłośni radiowej.

W celu uzupełnienia badania należało wskazać temat globalny, określony jako problem niezawisłości i niezależności dziennikarskiej. Został nim wpływ polityki i polityków na publicznych nadawców informacji. Czynniki, jakie odgrywały rolę w pograniczu media– polityka to: nierozzerwalne kontakty pomiędzy przedstawicielami mediów i polityki, upolitycznienie mediów, etyka medialna (lub jej brak), etyka zawodowa (lub jej brak) oraz zależności pomiędzy osobami omawianego zdarzenia. Pogranicze mediów i polityki to z kolei relacje, współzależności i odniesienia do etyki ogólnej oraz etyk szczegółowych (w tym etyki dziennikarskiej, a także zagadnień z zakresu etyki i kultury politycznej).

Formuła tekstu i analiza treści

Tekst posiada charakter informacyjny oraz jest kontynuacją i uzupełnieniem pierwszej publikacji zamieszczonej przez Press.pl w dniu 1 lutego 2017 roku.

Analizując artykuł *Dziennikarz odsunięty za dociskanie Ryszarda Czarneckiego zapowiada, że odchodzi z Radia Merkury*³⁶, szczególną uwagę należy zwrócić na zwrot „dociskanie”, który zgodnie ze słownikiem PWN oznacza zmuszanie kogoś do większego wysiłku. Jest to określenie pejoratywne, wartościujące. Wprowadzenie takiego zwrotu zmniejsza informacyjność tytułu, jednak nie narusza ogólnej koncepcji wypowiedzi. W tytule wiadomości nie pada nazwisko „odsuniętego” dziennikarza. Zaznaczona jest osoba Ryszarda Czarneckiego i to na nim zostaje skupiona uwaga. Zaprezentowana zostaje relacja między światem

³⁶ M. Kowalczyk, *Dziennikarz odsunięty za dociskanie Ryszarda Czarneckiego zapowiada, że odchodzi z Radia Merkury*, „Press”, 2.02.2017, http://www.press.pl/tresc/47374,maciej-kluczka_-prezes-radia-merkury-przekonywal-mnie_-ze-nie-bylem-zawieszony [dostęp: 1.06.2017].

dziennikarzy a polityków; jednocześnie tytuł sugeruje podstawową linię dramaturgiczną całego tekstu – sytuację konfliktową między dziennikarzem, Radiem Merkury a Ryszardem Czarneckim. Analizując to zdanie można dojść do wniosku, że tekst będzie dotyczył dziennikarza radiowego, który po przeprowadzeniu wywiadu z europosem został odsunięty od wykonywanych obowiązków. W wyniku tej sytuacji dziennikarz zapowiada, że odejdzie z radia. Kolejnym istotnym słowem jest zwrot „zapowiada”, za pomocą którego zaznaczona zostaje ciągłość sprawy i brak jej oficjalnego zakończenia.

Kolejny element tekstu – rozbudowany i pogrubiony lead – informuje nas, że jest to już druga informacja opublikowana przez Press.pl w tej sprawie. Pierwszy tekst, o bardzo podobnym tytule, ukazał się dzień wcześniej³⁷ (zamiast słowa „odsunięty” użyte zostało słowo „zawieszony”). Znacząca jest również segregacja tematyczna tekstów, które odpowiednio przypisano do kategorii: wolność słowa i programy telewizyjne.

W ramach leadu autor zaznacza swój związek z redakcją, tworząc iluzję, że odpowiedzialny za tekst jest nie tylko on, ale także cały zespół („naszym tekście”). Stwierdza, że pierwsza publikacja wywołała medialną burzę na temat odsunięcia Macieja Kluczki od tematów politycznych. Słowo „burza” ma prezentować bardzo duże zainteresowanie tematem i znaczącą ilość tekstów odnoszących się do sytuacji poznańskiego dziennikarza z Radia Merkury. W kolejnej części pojawia się bardziej doprecyzowany opis sytuacji, wyjaśniający nieporozumienia i konflikt między prezesem rozgłośni, który poinformował, że doszedł do porozumienia z Kluczka.

W pierwszym akapicie właściwego korpusu tekstu dowiadujemy się kiedy dokładnie zawieszony został Kluczka i w jakich okolicznościach. Jest to także fragment przedstawiający wyjaśnienia poznańskiego dziennikarza, czyli można uznać to za prezentację argumentu jednej ze stron konfliktu. Zgodnie ze słowami Kluczki, bezpośrednio po programie zadzwonił do niego z pretensjami Ryszard Czarnecki. Uwagę przykuwa zwrot „pretensjami”, mogący sugerować, że telefon Czarneckiego nie był uprzejmą rozmową, a raczej agresywnym komunikatem na temat tego, co nie podobało się politykowi w przeprowadzonym wywiadzie.

Kolejny akapit składa się zaledwie z jednego zdania i cytatu z wypowiedzi Filipa Rdesińskiego, prezesa rozgłośni. Nie wykazał on chęci rozmowy z dziennikarzami Press.pl (po raz kolejny pojawia się sformułowanie mające na celu budowanie wspólnoty redakcyjnej: „nie chciał z nami rozmawiać”). Rdesiński uznał, że niewłaściwe jest, żeby jedno media pisały o tym, co robią inne. Autor artykułu, Mariusz Kowalczyk, uważa inaczej, publikując dwa teksty do-

³⁷ *Idem*, *Dziennikarz Radia Merkury zawieszony za dociskanie Ryszarda Czarneckiego*, „Press”, 1.02.2017, <http://www.press.pl/tresc/47363,dziennikarz-radia-merkury-zawieszony-za-dociskanie-polityka-pis> [dostęp: 3.06.2017].

tyczące tego tematu. Można wywnioskować, że dla niego i redakcji ten temat ma wielkie znaczenie (przypisanie do kategorii wolność słowa i poświęcenie mu dwóch publikacji).

Następny fragment ponownie przedstawia perspektywę Macieja Kluczki. Stworzona zostaje opozycja między dziennikarzem a prezesem Radia Merkury. Pierwsze słowo otwierające akapit – „tymczasem” – świadczy o budowaniu frontu przeciwko decyzjom podjętym w Radiu Merkury. Kluczka zaprzecza wszystkim wypowiedziom Rdasińskiego odnoszącym się do powrotu dziennikarza do pracy w radiu, a także zaznacza, że odsunięcie go od tematów politycznych było bezpośrednio związane z wywiadem z Ryszardem Czarneckim. Stworzony zostaje podział między prezesem radia i europosem a Maciejem Kluczką i redakcją Press.pl. To właśnie dziennikarze i świat mediów muszą walczyć o niezależność dziennikarską i wolność słowa, co jest wspomniane w dalszych fragmentach publikacji.

W kolejnym akapicie otrzymujemy informację na temat natury konfliktu między Rdasińskim a Maciejem Kluczką. Najbardziej istotne zwroty w tym fragmencie to: „niezależność”, „standardy etyczne”, „zawieszenie”. Kluczka relacjonował, że prezes rozgłosił poinformował go, że nie został zawieszony, ponieważ taka możliwość nie funkcjonuje w strukturach Radia Merkury. Zdaniem dziennikarza to jednak było zawieszenie; posługuje się on słowem „odsunięty”, które powtarza dwukrotnie, chcąc podkreślić znaczenie sytuacji i sposób w jaki został potraktowany.

Ostatni akapit odnosi się do słów z tytułu: „odchodzi z Radia Merkury”. Dziennikarz zaznacza, że nie wróci już do pracy w radiu. Z jego wypowiedzi dowiadujemy się, że nie wie na jakiej zasadzie odbędzie się rezygnacja z posady. „Kierownictwo rozgłosi na pewno też coś przygotowuje”³⁸ – to zdanie prezentuje utworzoną w drodze konfliktu opozycję pomiędzy dziennikarzem a rozgłośnią.

Sam temat pozostawał otwarty i można było spodziewać się jego kontynuacji. Sytuacja zaprezentowana została jako zdarzenie istotne i wywołujące określone emocje. Świadczą o tym zwroty użyte przez autora tekstu, takie jak: „burza w mediach”, „o sprawie zrobiło się głośno”. Tekst składa się w dużej mierze z cytatów wypowiedzi stron konfliktu. W ten sposób zaprezentowano dialog informacyjny między stronami, a także przytoczono kontekst komunikacji medialnej (portale Facebook i Twitter – dyskurs publiczny w ramach social media). Temat trafił do działu: wolność słowa.

Mozaikowość tekstu

Tekst jest kontynuacją wiadomości opublikowanej przez portal Press.pl dzień wcześniej³⁹. W ramach omawianej narracji pojawiły się także teksty odnoszą-

³⁸ *Idem, Dziennikarz odsunięty za dociskanie..., op. cit.*

³⁹ *Idem, Dziennikarz Radia Merkury..., op. cit..*

ce się do Macieja Kluczki⁴⁰ i jego funkcjonowania w mediach bezpośrednio po odejściu z Radia Merkury. W korpusie wiadomości znajdują się odwołania do portali społecznościowych, takich jak Facebook i Twitter, które posłużyły jako bezpośrednie źródło informacji i cytatów wypowiedzi osób związanych ze sprawą.

Analizowany tekst jest nawiązaniem do materiału *Dziennikarz Radia Merkury odsunięty od wywiadów po interwencji Ryszarda Czarneckiego? Prezes radia zaprzecza* opublikowanego przez portal wirtualnemedial.pl i prezentuje potencjał hipertekstowy formatów cyfrowych m.in. za pomocą nawiązań do portali społecznościowych, które wykorzystywane są jak źródła informacji. W korpusie wiadomości można odszukać także odniesienia do tekstów udostępnianych przez innych nadawców. Publikacja prezentuje wypowiedzi Filipa Rdesińskiego uznającego, że wokół sprawy buduje się zupełnie zbędna polityczna otoczka⁴¹. W ramach informacji udostępnionej na portalu wirtualnemedial.pl znajdują się odniesienia do Joanny Lichockiej⁴² posłanki partii Prawo i Sprawiedliwość, która zaangażowała się w sprawę, kontaktując się bezpośrednio z prezesem omawianej stacji. Kontekst prezentowany przez artykuł autorstwa Kowalskiego omawia także szerszy problem konfliktu między zarządem Radia Merkury a dziennikarzami i redaktorami stacji.

Między analizowanym tekstem a innymi publikacjami można doszukać się relacji tematycznych. Zapoznanie się ze wspominanymi wyżej materiałami umożliwi lepsze zrozumienie kontekstu sytuacji i publikacji samej w sobie.

Oddziaływanie polityki na media – przykłady podobnych zachowań zaprezentowanych przez portal Press.pl

W tej części artykułu przedstawione zostaną inne przykłady sytuacji, opublikowane przez portal [Press.pl](http://press.pl), w których polityka wpływała na media. Celem tego zabiegu jest zaznaczenie aktualności tematu, jego złożoności i istotności dla omawianego nadawcy.

Bardzo często [Press.pl](http://press.pl) prezentuje głos mediów i ich przedstawicieli (dziennikarzy, redaktorów czy publicystów) w odniesieniu do procesów upoli-

⁴⁰ Czy w tym kraju znajdzie się jeszcze dla mnie robota w mediach? #KluczkaSzukaRoboty, „Press”, 19.05.2017, http://www.press.pl/tresc/48513_czy-w-tym-kraju-znajdzie-sie-jeszcze-dla-mnie-robota-w-mediach [dostęp: 3.06.2017].

⁴¹ J. Kowalski, *Dziennikarz Radia Merkury odsunięty od wywiadów po interwencji Ryszarda Czarneckiego? Prezes radia zaprzecza*, [Wirtualnemedial.pl](http://wirtualnemedial.pl), 2.02.2017, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/dziennikarz-radia-merkury-odsuniety-od-wywiadow-ryszard-czarnecki-maciej-kluczka-filip-rdesinski-joanna-lichocka> [dostęp: 3.06.2017].

⁴² Joanna Lichocka, posłanka partii Prawo i Sprawiedliwość w VIII kadencji, członek Rady Mediów Narodowych, dziennikarka i publicystka. tw, K. Czabański, J. Lichocka i E. Kruk wybrani przez Sejm do Rady Mediów Narodowych, [Wirtualnemedial.pl](http://wirtualnemedial.pl), 22.07.2016, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/krzysztof-czaban-ski-joanna-lichocka-i-elzbieta-kruk-wybrani-przez-sejm-do-rady-mediow-narodowych#> [dostęp: 03.06.2017].

tycznienia. Przykładem takiego zachowania może być artykuł „*Teraz czas na media!*”. Po wyborach PiS wraca do repolonizacji, udostępniony na stronie Press.pl 23 października 2018 roku⁴³. W publikacji znalazły się wypowiedzi przedstawicieli „Gazety Polskiej Codziennie”, tygodnika „Sieci” oraz portalu internetowego Onet. Główny temat artykułu odnosił się do dekoncentracji mediów i planów stworzenia przez PiS Państwowego Domu Mediowego.

Innym przykładem poruszenia tematu oddziaływania polityki na media jest publikacja z 7 sierpnia 2018 roku⁴⁴. Tym razem zaprezentowany został problem niezależności mediów względem polityki. Podstawą dla stworzenia artykułu był wywiad przeprowadzony przez Jacka Nizinkiewicza z Kornelem Morawieckim. Także w tym przypadku zaprezentowane zostały wypowiedzi przedstawicieli mediów: Bartosza Węglarczyka (dyrektora programowego Grupy Onet.pl) i Tomasza Lisa (redaktora naczelnego tygodnika „Newsweek”).

Kolejny artykuł udostępniony przez Press.pl odnosi się do problemu medialnej obecności określonego zbioru osób z kręgu polityki. Autorka artykułu zaznacza, że media zapraszają ciągle tych samych polityków, ponieważ są oni dobrze znani odbiorcy⁴⁵. Jednak taka sytuacja ogranicza wielogłosowość polityki w mediach, jak również uzależnia je od określonych polityków.

Wpływy i zależności polityki na media są bardzo różne. Mogą odnosić się do zależności prawnych, ustawodawczych, czy jak wspomina ostatni z wymienionych artykułów – komercyjnych. Negatywne oddziaływanie polityki na media wynika niekiedy z zaniedbań samych dziennikarzy i producentów. Są to sytuacje równie toksyczne jak bezpośrednie naciski świata polityki.

Kreacja nadawcy, odbiorcy, cele i potencjalne rezultaty wypowiedzi

Autor omawianej publikacji, Mariusz Kowalczyk, niejednokrotnie wypowiadał się na temat prasy, radia i telewizji. Uwagę mediów w szczególny sposób przykuł jego artykuł, który ukazał się na łamach siódmego numeru „Press” z 2011 roku. W tekście Kowalczyk pochyła się nad tygodnikiem „Uważam Rze” – prezentuje tam ściśle określoną postawę antagonistyczną względem procesów upolityczniania tygodników opinii. Ton wypowiedzi publicysty z opisywanego wydania magazynu został określony w powiązanych publikacjach jako brutalny, atakujący i niesprawiedliwy⁴⁶.

⁴³ J. Korucu, „*Teraz czas na media!*” Po wyborach PiS wraca do repolonizacji, Press.pl, 23.10.2018, <https://www.press.pl/tresc/55031,po-wyborach-wrocil-temat-dekoncentracji-mediow> [dostęp: 22.11.2018].

⁴⁴ P. Pązik, Kornel Morawiecki: Po wyborach system medialny w Polsce powinien ulec zmianie, Press.pl, 7.08.2018, <https://www.press.pl/tresc/54161,kornel-morawiecki-po-wyborach-system-medialny-w-polsce-powinien-uliec-zmianie> [dostęp: 22.11.2018].

⁴⁵ M. Wszyńska, Leszek Miller objaśnia świat, Press.pl, 8.02.2019, <https://www.press.pl/tresc/56162,leszek-miller-objasnia-swiat> [dostęp: 10.02.2019].

⁴⁶ Media Watch, Autor skandalicznego tekstu w „Press” wypiera się tego co napisał. I wiesz czy dziennikarzom „o wiele większe problemy”, wPolityce.pl, 24.07.2011, <http://wpolityce.pl/polityka/116323-autor->

Kowalczyk na łamach wspomnianego miesięcznika równie często omawia postaci związane ze sceną mediów głównego nurtu. W tym wypadku jego język jest również silnie osadzony i wartościujący. W szóstym numerze z 2013 roku nadawca opisał wywiad Agnieszki Kubik i Moniki Olejnik z redaktorem naczelnym „Gazety Wyborczej”, Adamem Michnikiem. Autor skupił się na postaci Kubik, przedstawiając ją jako osobę konformistyczną i podatną na wpływy. Zgodnie ze zdaniem Kowalczyka nie ma innego dziennikarza w Polsce, który napisał w ciągu swojej kariery tyle sprostowań co wspomniana dziennikarka⁴⁷.

Kreacja nadawcy jest więc sytuacją, w której autor w ramach omawianej publikacji tworzy wspólnotę w której zabiera głos. Tutaj jest to redakcja Press.pl. Jako przedstawiciel medium, którego podstawowym celem jest opisywanie innych środków przekazu, stawia się on w roli mediatora pomiędzy nadawcami medialnymi a dziennikarzami. Jednocześnie dość wyraźnie zaznacza swój system wartości, w skład którego wchodzi: niezależność, wolność słowa, prawda i prawa przynależne dziennikarzom. Temat poruszany przez nadawcę zamyka się w zagadnieniach odnoszących się do pogranicza mediów, polityki i etyki dziennikarskiej, czy też etyki mediów publicznych.

Podstawowym celem stworzenia tekstu Kowalczyka, była kontynuacja i próba nawiązania narracji w ramach informacji opublikowanej dzień wcześniej. Można przypuszczać, że zadaniem tekstu było zaprezentowanie postawy prezesa Radia Merkury, który swoimi działaniami doprowadził do sytuacji, gdzie wolność słowa określonego dziennikarza została zagrożona i ograniczona. Rezultaty wypowiedzi zostały określone przez samego nadawcę w tekście, ponieważ pierwszy artykuł wywołał burzę w mediach – podobny cel miała kolejna publikacja. Chodzi o przyciągnięcie uwagi określonych środowisk do ogólnego problemu zaprezentowanego na konkretnym przypadku. Omawianym problemem jest wolność słowa w sferze mediów i dziennikarstwa, zwłaszcza dziennikarstwa politycznego.

Podsumowanie

Pogranicze mediów i polityki jest przestrzenią, która występuje w większości mediów publicznych i prywatnych, a jednym z elementów regulujących zasady komunikacji w tym zakresie jest etyka (w tym etyki zawodowe i etyka społeczna). Przedstawiciele elit politycznych nie są wyizolowaną grupą społeczną – działają w kontekście ogólnej komunikacji społecznej i współpracują bezpośrednio z innymi grupami, takimi jak np. przedstawiciele mediów. Z definicji działalność polityków powinna być zbudowana na zasadach etycznych i moralnych, a jej

skandalicznego-tekstu-w-press-wypiera-sie-tego-co-napisał-i-wieszczy-dziennikarzom-o-wiele-wieksze-problemy [dostęp: 3.06.2017].

⁴⁷ M. Kowalczyk, *Pani Przepraszam*, „Press” 2013, nr 6 (209).

głównym celem ma być interes publiczny. Jednak subiektywny czynnik życia politycznego znacząco wpływa na zachowania elit politycznych, które mogą stawiać własny wizerunek medialny ponad dobro i interes publiczny czy wolność słowa w mediach. W ten sposób budowany jest negatywny obraz kondycji etycznej i moralnej przedstawicieli polityki⁴⁸. W ramach tego procesu może dochodzić do zniekształcenia społecznego postrzegania mediów publicznych, które jako instytucje zaufania publicznego bazują na opinii odbiorców.

Praktyka sytuacji komunikacji medialnej i politycznej skonfrontowana ze zbiorem ogólnych zasad etycznych, pokazuje, że na pograniczu mediów i polityki nie zawsze jest miejsce na prawdę, prawo i demokrację.

W wyniku przeprowadzonej analizy można uznać, że w przestrzeni omawianej sytuacji doszło do znaczącego naruszenia etyki dziennikarskiej w wyniku relacji zachodzącej między nadawcą a politykiem. Sama budowa tekstu wskazuje na istotność prezentowanej sytuacji. Pojawiają się słowa wartościujące w bezpośredni sposób. Istotna wydaje się być także narracja budowana przez nadawcę (Press.pl), która wskazuje na ważność tematu i jego wielopłaszczyznowość.

Sam tekst skupia się na omówieniu problemu naruszania etyki dziennikarskiej i na ograniczaniu wolności słowa w mediach jako pośredniku między społeczeństwem a politykami.

Bibliografia

- Ayer A., *Filozofia XX wieku*, tłum. T. Baszniak, Warszawa 2000.
- Christians C.G., Fackler M., Rotzll K.B., *Media Ethics. Cases and Moral Reasoning*, New York 1995.
- Czarnecki P., *Etyka*, Warszawa 2006.
- „Czy w tym kraju znajdzie się jeszcze dla mnie robota w mediach?”. #KluczkaSzuka-Roboty, „Press”, 19.05.2017, http://www.press.pl/tresc/48513_czy-w-tym-kraju-znajdzie-sie-jeszcze-dla-mnie-robota-w-mediach [dostęp: 3.06.2017].
- Day L.A., *Ethics in Media Communication. Cases and Controversies*, Louisiana 2006.
- Dijk T. van, *Dyskurs jako struktura i proces*, tłum. G. Grochowski, Warszawa 2001.
- Dobek-Ostrowska B., *Przemiana systemu medialnego w Polsce po 1989 r.*, [w:] *Współczesne systemu komunikowania*, red. eadem, Wrocław 1998, s. 78–80.
- Doktorowicz K., *Medioznawstwo jako przedmiot badań w zakresie nauk i polityce*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Katowice 2012, s. 52–62.
- Drożdż M., *Etyczne orientacje w mediosferze*, Tarnów 2006.
- Korucu J., „Teraz czas na media!” Po wyborach PiS wraca do repolonizacji, Press.pl, 23.10.2018, https://www.press.pl/tresc/55031_po-wyborach-wrocil-temat-dekoncentracji-mediow [dostęp: 22.11.2018].
- Kowalczyk M., *Dziennikarz odsunięty za dociskanie Ryszarda Czarneckiego zapowiada, że odchodzi z Radia Merkury*, „Press”, 2.02.2017, <http://www.press.pl/tresc/4->

⁴⁸ J. Wasilewski, *op. cit.*, s. 194.

- 7374, maciej-kluczka_-prezes-radia-merkury-przekonywal-mnie_-ze-nie-bylem-zawieszony [dostęp: 1.06.2017].
- Kowalczyk M., *Dziennikarz Radia Merkury zawieszony za dociskanie Ryszarda Czarneckiego*, „Press”, 1.02.2017, <http://www.press.pl/tresc/47363,dziennikarz-radia-merkury-zawieszony-za-dociskanie-polityka-pis> [dostęp: 3.06.2017].
- Kowalczyk M., *Pani Przepraszam*, „Press” 2013, nr 6 (209).
- Kowalski J., *Dziennikarz Radia Merkury odsunięty od wywiadów po interwencji Ryszarda Czarneckiego? Prezes radia zaprzecza*, Wirtualnemedial.pl, 2.02.2017, <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/dziennikarz-radia-merkury-odsuniety-od-wywiadow-ryszard-czarnecki-maciej-kluczka-filip-rdesinski-joanna-lichocka> [dostęp: 3.06.2017].
- Krytyczna analiza dyskursu. *Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. A. Duszak, N. Fairclough, Kraków 2008.
- Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarskiej i komunikowaniu*, Warszawa 2000.
- Kwiatkowski P., *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Poznań 2003.
- Levinson P., *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, tłum. H. Jankowska, Warszawa 1999.
- McLuhan M., *Understanding Media: the Extensions of Man*, Berkeley 2003.
- Media Watch, *Autor skandalicznego tekstu w „Press” wypiera się tego co napisał. I wiesz czy dziennikarzem „o wiele większe problemy”*, wPolityce.pl, 24.07.2011, <http://wpolityce.pl/polityka/116323-autor-skandalicznego-tekstu-w-press-wypiera-sie-tego-co-napisal-i-wiesz-czy-dziennikarzem-o-wiele-wieksze-problemy> [dostęp: 3.06.2017].
- Modzelewski E., *Etyka a polityka*, Warszawa 2006.
- Moore G.E., *Zasady etyki*, tłum. Cz. Znamierowski, Warszawa 1919.
- Mrozowski M., *Media masowe – władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.
- Pązik P., *Kornel Morawiecki: Po wyborach system medialny w Polsce powinien ulec zmianie*, Press.pl, 7.08.2018, <https://www.press.pl/tresc/54161,kornel-morawiecki-po-wyborach-system-medialny-w-polsce-powinien-uliec-zmianie-> [dostęp: 22.11.2018].
- Piontek D., *Media i demokracja: ujęcie normatywne*, [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. M. Adamik-Szysia, Lublin 2014, s. 15–30.
- Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
- Pleszczyński J., *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007.
- Ricken F., *Etyka ogólna*, tłum. P. Domański, Kęty 2001.
- Sareło Z., *Cnoty moralne warunkiem praworządności*, [w:] *Etyka a prawo i praworządność: materiały IX Jagiellońskiego Sympozjum Etycznego*, Kraków, 2–3 czerwca 1997, red. J. Pawlica, Kraków 1998, s. 89–94.
- Siebert F., Peterson T., Schramm W., *Four Theories of the Press*, Urbana 1956.
- Siwak W., *Audiosfera na przełomie stuleci*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX w.*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 153–177.
- Soldenhoff S., *O intuicjonizmie etycznym. Obowiązek i wartości w systemie etycznym W.D. Rossa*, Warszawa 1969.
- tw, K. Czabański, J. Lichocka i E. Kruk wybrani przez Sejm do Rady Mediów Narodowych, Wirtualnemedial.pl, 22.07.2016, <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/>

krzysztof-czabanski-joanna-lichocka-i-elzbieta-kruk-wybrani-przez-sejm-do-rady-mediow-narodowych# [dostęp: 03.06.2017].

Wasilewski J., *Moralność elit politycznych*, [w:] *Kondycja moralna społeczeństwa polskiego*, red. J. Mariański, Kraków 2002.

Wyszyńska M., *Leszek Miller objaśnia świat*, Press.pl, 8.02.2019, <https://www.press.pl/tresc/56162,leszek-miller-objasnia-swiat>, [dostęp: 10.02.2019].

Zoll A., *Polityk a normy moralne*, [w:] *Cnoty polityczne – dawniej i obecnie. Moralne źródła polityki*, red. R. Piekarski, Gdańsk 1997, s. 84–149.

